

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

Sugiyono dan R&D. 2016. Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif,. Bandung : Alfabeta

Dermawan, Deni. 2013. Metode penelitian Kuantitatif. Jakarta : PT Remaja Rosdakarya.

Yanuar, Metode Penelitian Sosial Kualitatif (Panduan Membuat Tugas Akhir/ Karya Ilmiah), Bandung; PT Refika Aditama, 2012.

Asnawi, Nur dan Masyhuri, 2011. Metodologi Riset Manajemen Pemasaran. Malang: UIN Malik Press.

Schiffman, L & Kanuk L.L, 2008, Perilaku Konsumen. Edisi 7, Jakarta: Indeks.

Suryani, Tatik. 2008. Perilaku Konsumen. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Tjiptono, F., & Chandra, G. 2009. Pemasaran Strategik. ANDI Offset. Yogyakarta. Tjiptono, Fandy. 2011. Pemasaran Jasa. Penerbit Bayumedia Publishing. Malang.

Sunarto, Andi. 2009, Seluk Beluk *E-commerce*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Tesis :

Septiana, S.sos . Pengaruh Persepsi Harga, Kepercayaan, dan Persepsi Nilai Terhadap Minat Beli di *E-commerce*. Program Pasca Sarjana Fakultas Ekonomi Program Studi Magister Manajemen Universitas Islam Indonesia 2018.

Rosmaya, Wila, 2017, Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Kualitas Informasi dan Persepsi Risiko terhadap Keputusan Pembelian Online Shopee.

Restika, Firdayanti, 2012, Hubungan Persepsi terhadap risiko melakukan *E-commerce* dengan Kepercayaan Konsumen dalam Membeli Produk Fashion melalui Facebook.

Krisnu, Putra Yutadi, 2014, Pengaruh Persepsi Privasi, Persepsi Keamanan, Persepsi Kepercayaan, Persepsi Risiko, Persepsi Kegunaan Dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Penggunaan *E-commerce*

Novita, Riandhini Purba, Faktor Persepsi Risiko yang Mempengaruhi Minat Beli Ulang Pelanggan pada Situs Belanja Online "X. Tesis

Dias, Arthur. 2012. Analisis Kepercayaan Konsumen Terhadap Situs Jual Beli Tokobagus.com: *Antecedents* Dan Outcome. Tesis. Fakultas Ekonomi Program Studi Magister Manajemen Kekhususan Manajemen Pemasaran, Universitas Indonesia.

Nurul, Hasanah, 2017, Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Melalui Online Shop di Kota Medan. Tesis. Fakultas Ekonomi Program Studi Ekonomi Islam, UIN Sumatera Utara.

Rhendria, M Dinarwan, 2010. Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian. Tesis. Program Studi Manajemen, Universitas Diponegoro, Semarang.

Skripsi :

Azizah, Nur Lutfiana, 2016, Hubungan persepsi risiko online *shopping* dengan Kepercayaan konsumen dalam pembelian produk

fashion di toko baju malang, Fakultas Psikologi, Universitas Islam Negeri Malang.

Saifulloh, Ilham Akhmad, 2019, Pengaruh Persepsi Manfaat Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Flashsale Shopee Dikalangan Mahasiswa Febi UIN Sunan Ampel Surabaya, Skripsi. Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Program Studi Manajemen Surabaya.

Sri, Wahyuningsih, 2016, Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Syariah *Compliance*, Dan Persepsi Akan Resiko Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Situs Jejaring Sosial. Skripsi. Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Program Ilmu Ekonomi Islam.

Liyanti, Lita, 2018. Pengaruh Persepsi Risiko dan *Electronic Word Of Mouth* (E-Wom) Terhadap Keputusan Pebelian Online Shop. Skripsi. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, Program Studi Manajemen Bisnis Syariah, IAIN Surakarta.

Hardiawan, C Anandya, 2013. Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, dan Kualitas Informasi terhadap Keputusan Pembelian Secara Online pada Pengguna situs Jual beli Online Tokobagus.com. Skripsi. Fakultas Ekonomi, Universitas Diponegoro.

Tandirerung, Aletha C, 2019. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Menggunakan Jasa Go-Car Studi Pada Konsumen Go-Car Di Universitas Sanata Dharma Yogyakarta. Skripsi. Program Studi Manajemen , Fakultas Ekonomi, Universitas Sanata Dharma.

Cahyadi, Febri Imam, 2014. Pengaruh Persepsi Harga, Atribut Produk Dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Susu Formula (Studi Pada Konsumen Susu Formula Sgm Di Kota Yogyakarta) . Skripsi. Program Studi Manajemen, Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta

Jurnal:

Daryadi, Pengaruh persepsi risiko, kemudahan dan manfaat terhadap keputusan pembelian secara online. Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Muhammadiyah Purworejo.

Domade, S. Samuel dan Mawardi M. Kholid, 2019, pengaruh persepsi kemudahan, persepsi risiko dan Kepercayaan konsumen terhadap minat beli online. Fakultas Ilmu Administrasi, Universitas Brawijaya, Malang.

Dinawan, M. Rhendria, SE, Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian. Fakultas Ekonomi, Magister Manajemen, Universitas Diponegoro, Semarang,

Lucky, LV dan Lisnawita, Pengaruh persepsi resiko dan kualitas e-ommere terhadap Keputusan Pembelianmembel ifashion online. Fakutlas Ilmu Komputer, Program Studi Teknik Informatika, Universitas Lancang Kuning. Jurnal Teknologi Informasi & Komunikasi Digital Zone, Volume 8, Nomor 2, November 2017:185-195.

Taat, Kuspriyono, 2017. Pengaruh Kualitas Informasi Web dan Kualitas Layanan Online Terhadap Citra Bukalapak.com, Akademi Manajemen Informatika dan Komputer AMIK BSI Jakarta Perspektif, Vol. XV, No. 1, Maret..

Fika, Ayu Widyanita, Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan *E-commerce* terhadap Kepuasan Konsumen Shopee Indonesia pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi UII Pengguna Shopee, Manajemen, Universitas Islam Indonesia, 2018.

Masoud, E.Y., 2013, "*The effect of perceived Risk on Online Shopping in JORDAN*, *European Journal of Bussiness an Management* Vol. 5. No. 6
Elissa, Ingge dan Mujiyana, 2013, "Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Via Internet pada Toko Online", *Jurnal Ekonomi Manajemen*, Universitas Diponegoro, Semarang.

Meutia, Disa S dan Teuku K Meldi, 2017. Pengaruh persepsi risiko, persepsi manfaat dan kepercayaan terhadap niat pembelian di portal *E-commerce* zalora.co.id. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, prodi Manajemen, Universitas Syiah Kuala.

Baskara P Isnain dan Taufan, G Haryadi, 2014. Analisis Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Kualitas Pelayanan Dan Persepsi Akan Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Situs Jejaring Sosial. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Program Studi Manajemen, Universitas Dian Nurwantoro.

Website :

[https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/10/22/inilah-10-ecommerce-dengan-pengunjung-terbesar.](https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/10/22/inilah-10-ecommerce-dengan-pengunjung-terbesar)

[https://databoks.katadata.o.id/datapublish/2019/11/22/sepuluh-Negara-dengan-pertumbuhan-E-commerce-tercepat.](https://databoks.katadata.o.id/datapublish/2019/11/22/sepuluh-Negara-dengan-pertumbuhan-E-commerce-tercepat)

<https://databoks.katadata.o.id/datapublish/2019/11/22/E-commerce-dengan-pengunjung-terbesar-2019>

www.bps.go.id

www.wikipedia.org/wiki/Shopee#Sejarah

www.spssindonesia.com

www.googleform.com

